

สำหรับผู้ประเมินระดับหลักสูตร




รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร
ปีการศึกษา 2562

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

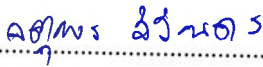
วันที่ประเมิน...๒๓..กรกฎาคม..๒๕๖๓.....

รายงานผลการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๒
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

รายนามคณะกรรมการประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๒
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ลงนาม..........ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วาสนา สุวรรณวิจิตร)

ลงนาม..........ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์มณีรัตน์ รัตนพันธ์)

ลงนาม..........ประธานกรรมการ
(อาจารย์จตุพร จิรินทร์)

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	๑
บทนำ	๓
ผลการประเมินรายตัวป่งชี้ ตามองค์ประกอบคุณภาพ	๔
การวิเคราะห์คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร	๗
จุดแข็ง จุดอ่อนและข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์และผลการประเมินรายองค์ประกอบ	๘

บทสรุปผู้บริหาร

สรุปผลการประเมินตามองค์ประกอบคุณภาพ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด รับการประเมินการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๒ ในวันที่พฤหัสบดีที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๓ ผลการประเมินเท่ากับ ๓.๕๘ อยู่ในระดับดี โดยมีผลการประเมินแยกตามรายองค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบที่ ๑ : การกำกับมาตรฐาน

ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน/ไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน

สรุปจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางพัฒนาจากผลการประเมินคุณภาพในเชิงวิเคราะห์

-

องค์ประกอบที่ ๒ : บัณฑิต

ตัวบ่งชี้ ๒.๑ คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ค่าเฉลี่ย ๔.๗๕

ตัวบ่งชี้ ๒.๒ บัณฑิตปริญญาตรีได้งานทำหรือประกอบอาชีพอิสระภายใน ๑ ปี ค่าเฉลี่ย ๔.๗๖

คะแนนเฉลี่ยองค์ประกอบที่ ๒ เท่ากับ ๔.๗๖

สรุปจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางพัฒนาจากผลการประเมินคุณภาพในเชิงวิเคราะห์

จุดแข็ง

๑. บัณฑิตมีคุณภาพ สามารถนำความรู้ไปทำงานได้ดี

แนวทางเสริม

-

จุดที่ควรพัฒนา

-

แนวทางแก้ไข

-

องค์ประกอบที่ ๓ : นักศึกษา

ตัวบ่งชี้ ๓.๑ การรับนักศึกษา ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

ตัวบ่งชี้ ๓.๒ การส่งเสริมและพัฒนานักศึกษา ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

ตัวบ่งชี้ ๓.๓ ผลที่เกิดกับนักศึกษา ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

คะแนนเฉลี่ยองค์ประกอบที่ ๓ เท่ากับ ๓.๐๐

สรุปจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางพัฒนาจากผลการประเมินคุณภาพในเชิงวิเคราะห์

จุดแข็ง -

-

แนวทางเสริม

๑. พิจารณาเปิดวิชาเลือกเกี่ยวข้องกับเครื่องมือทางการตลาดใหม่ ๆ

องค์ประกอบที่ ๔ : อาจารย์

ตัวบ่งชี้ ๔.๑ การบริหารและพัฒนาอาจารย์ ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

ตัวบ่งชี้ ๔.๒ คุณภาพอาจารย์ ค่าเฉลี่ย ๕.๐๐

ตัวบ่งชี้ ๔.๓ ผลที่เกิดกับอาจารย์ ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

คะแนนเฉลี่ยองค์ประกอบที่ ๔ เท่ากับ ๓.๖๗

สรุปจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางพัฒนาจากผลการประเมินคุณภาพในเชิงวิเคราะห์

จุดแข็ง

๑.มีตำแหน่งทางวิชาการ

แนวทางเสริม

๑.ควรมีการตีพิมพ์บทความวิจัย / วิชาการในฐานที่สูงขึ้น

องค์ประกอบที่ ๕ : หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน

ตัวบ่งชี้ ๕.๑ สาระของรายวิชาในหลักสูตร ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

ตัวบ่งชี้ ๕.๒ การวางระบบผู้สอนและกระบวนการจัดการเรียนการสอน ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

ตัวบ่งชี้ ๕.๓ การประเมินผู้เรียน ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

ตัวบ่งชี้ ๕.๔ ผลการดำเนินงานหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ

ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ ๓.๕๐

สรุปจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางพัฒนาจากผลการประเมินคุณภาพในเชิงวิเคราะห์

จุดแข็ง

-

แนวทางเสริม

๑.ควรมีการส่งเสริมความรู้ทางด้าน Digital marketing และแนวโน้มทางการตลาดที่ทันสมัย

องค์ประกอบที่ ๖ : สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

ตัวบ่งชี้ ๖.๑ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ค่าเฉลี่ย ๓.๐๐

สรุปจุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางพัฒนาจากผลการประเมินคุณภาพในเชิงวิเคราะห์

จุดแข็ง

-

แนวทางเสริม

๑.ส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของนักศึกษาผ่านระบบ online เช่น สมาคม
การตลาดแห่งประเทศไทย เป็นต้น

แนวทางพัฒนาเร่งด่วน ๓ - ๕ ข้อ

-

บทนำ

ประวัติความเป็นมาของหลักสูตร (โดยสังเขป)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มีการพัฒนาการจากการจัดตั้งเป็นสถาบันอุดมศึกษา ระดับปริญญาครั้งแรกเมื่อวันที่ ๒๗ กุมภาพันธ์ ๒๕๑๘ โดยพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา พ.ศ. ๒๕๑๘ ใช้ชื่อสถาบันว่า “วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา” ต่อมาเมื่อวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๓๑ ได้รับพระมหากรุณาธิคุณจากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระราชทานนามว่า “สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล” และมีพระราชบัญญัติเปลี่ยนชื่อวิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษาเป็นสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลใน พ.ศ. ๒๕๓๒

ต่อมาเมื่อวันที่ ๑๗ พฤศจิกายน ๒๕๔๗ รัฐสภามีมติให้ความเห็นชอบร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และวันอังคารที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๔๘ พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ประกาศใช้ในพระรากฤษฎีกา โดยพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ปี พ.ศ. ๒๕๔๘ ที่มุ่งกระจายอำนาจและการบริการทางการศึกษาที่สนองตอบต่อพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ ที่มุ่งให้การจัดการศึกษา ที่มีความคล่องตัวมีอิสระทางการบริหารและวิชาการและเป็นนิติบุคคลที่สามารถบริหารจัดการด้วยตัวเองอย่างสมบูรณ์ จึงได้เปลี่ยนสถานะเป็น “มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย”

หลักสูตรบริหารธุรกิจสาขาวิชาการตลาดเป็นศาสตร์ทางวิชาชีพภายใต้กระบวนการบริหารจัดการทางการตลาด ปัจจุบันได้รับความสนใจแพร่หลายเป็นอย่างมาก ในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพประสิทธิผล และความสำเร็จขององค์กร การเล็งเห็นถึงผลที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างและถ่ายทอดองค์ความรู้ ไปสู่นักปฏิบัติก่อให้เกิดเป็นอาชีพหลักสูตรจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการการตลาด การเรียนการสอนของสาขาการตลาด คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่ได้ผ่านการพิจารณาถึงความสอดคล้องกับสภาพสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีสารสนเทศ ตลอดจนความเหมาะสมกับสภาวะการจ้างงาน มาปรับใช้กับหลักสูตร ซึ่งจะทำให้การเรียนการสอนมีการพัฒนาและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด ได้รับการประเมินคุณภาพครั้งแรกประจำปีการศึกษา ๒๕๕๗ จำนวน ๗ หมวด ได้แก่ หมวดที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป, หมวดที่ ๒ อาจารย์, หมวดที่ ๓ นักศึกษา บัณฑิต, หมวดที่ ๔ ข้อมูลผลการเรียนรายวิชาของหลักสูตรและคุณภาพการสอนในหลักสูตร ข้อมูลผลการเรียนรายวิชาของหลักสูตร, หมวดที่ ๕ การบริหารหลักสูตร, หมวดที่ ๖ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพหลักสูตรจากผู้ประเมิน, หมวดที่ ๗ แผนการดำเนินการเพื่อพัฒนาหลักสูตรพบว่าที่จะต้องทำการปรับปรุง เช่น ผลที่เกิดกับนักศึกษาซึ่งเป็นประเด็นเกี่ยวกับการคงอยู่ของนักศึกษา โดยหลักสูตรควรจะต้องหาวิธีการ กระบวนการหรือขั้นตอนที่ดี เป็นต้นแบบที่ทำให้นักศึกษาลาออกกลางคันให้น้อยที่สุด อย่างไรก็ตามหลักสูตรนี้มีอาจารย์ที่มีความโดดเด่นมีคุณวุฒิตรงตามหลักสูตร และประสบการณ์พร้อมที่จะถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่นักศึกษา ซึ่งเป็นภารกิจสำคัญที่หลักสูตรและมหาวิทยาลัยควรเร่งพัฒนาและส่งเสริมให้ทำผลงานทางวิชาการหรือศึกษาต่อ

ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ ตามองค์ประกอบคุณภาพ

ตารางที่ ๑ ผลการประเมินรายตัวบ่งชี้ ตามองค์ประกอบคุณภาพ

ตัวบ่งชี้คุณภาพ	เป้าหมาย	ผลการประเมินของคณะกรรมการ			ระดับคุณภาพ
		ตัวตั้ง ตัวหาร	ผลลัพธ์ (%) หรือ สัดส่วน)	คะแนน ประเมิน	
องค์ประกอบที่ ๑ การกำกับมาตรฐาน					
ตัวบ่งชี้ ๑.๑ การบริหารจัดการ หลักสูตร ตามเกณฑ์มาตรฐาน หลักสูตรที่กำหนดโดย สกอ.	ผ่าน	ผ่าน	ผ่านเกณฑ์ มาตรฐาน	ได้มาตรฐาน	
ระดับปริญญาตรี					
๑. จำนวนอาจารย์ประจำหลักสูตร	ผ่าน	ผ่าน	ผ่านเกณฑ์ มาตรฐาน	ได้มาตรฐาน	
๒. คุณสมบัติของอาจารย์ประจำ หลักสูตร	ผ่าน	ผ่าน	ผ่านเกณฑ์ มาตรฐาน	ได้มาตรฐาน	
๑๑. การปรับปรุงหลักสูตรตามรอบ ระยะเวลาที่กำหนด	ผ่าน	ผ่าน	ผ่านเกณฑ์ มาตรฐาน	ได้มาตรฐาน	
๑๒. การดำเนินงานให้เป็นไปตามตัว บ่งชี้ผลการดำเนินงานเพื่อการประกัน คุณภาพหลักสูตร และการเรียนการ สอนตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ					
๑๒.๑ อาจารย์ประจำหลักสูตรอย่าง น้อยร้อยละ ๘๐ มีส่วนร่วมในการ ประชุมเพื่อวางแผน ติดตามและ ทบทวนการดำเนินงานหลักสูตร					
๑๒.๒ มีรายละเอียดของหลักสูตร ตาม แบบ มคอ.๒ ที่สอดคล้องกับกรอบ มาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติหรือ มาตรฐานคุณวุฒิสาชา/สาขาวิชา					
๑๒.๓ มีรายละเอียดของกระบวนวิชา และรายละเอียดของประสบการณ์ ภาคสนาม (ถ้ามี) ตามแบบ มคอ.๓ และ มคอ.๔ อย่างน้อยก่อนการเปิด สอนในแต่ละภาคการศึกษาให้ครบทุก					

ตัวบ่งชี้คุณภาพ	เป้าหมาย	ผลการประเมินของคณะกรรมการ			ระดับคุณภาพ
		ตัวตั้ง	ผลลัพธ์ (%) หรือ สัดส่วน)	คะแนน ประเมิน	
		ตัวหาร			
กระบวนวิชา					
๑๒.๔ จัดทำรายงานผลการดำเนินการของกระบวนวิชาและรายงานผลการดำเนินการของประสบการณ์ภาคสนาม ตามแบบ มคอ.๕ และ มคอ.๖ ภายใน ๓๐ วัน หลังสิ้นสุดภาคการศึกษาที่เปิดสอนให้ครบทุกกระบวนวิชา					
๑๒.๕ จัดทำรายงานผลการดำเนินการของหลักสูตรตามแบบ มคอ.๗ ภายใน ๖๐ วัน หลังสิ้นสุดปีการศึกษา					
องค์ประกอบที่ ๒ บัณฑิต					
ตัวบ่งชี้ ๒.๑ คุณภาพบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	ระดับ ๓	๒๖๗.๑๓+ ๒๘๘.๕๒	๔.๗๕	๔.๗๕	ดีมาก
		๕๖+๖๑			
ตัวบ่งชี้ ๒.๒ (ปริญญาตรี) บัณฑิตปริญญาตรีที่ดำเนินงานทำหรือประกอบอาชีพอิสระ ภายใน ๑ ปี	ระดับ ๓	๑๖๐*๑๐๐ (๑๘๔-๗-๖-๑-๒)	(๑๖๐*๑๐๐/ ๑๖๘) =๙๕.๒๔	๔.๗๖	ดีมาก
องค์ประกอบที่ ๓ นักศึกษา					
ตัวบ่งชี้ ๓.๑ การรับนักศึกษา	ระดับ ๓		ระดับ ๓	๓	ปานกลาง
ตัวบ่งชี้ ๓.๒ การส่งเสริมและพัฒนา นักศึกษา	ระดับ ๓		ระดับ ๓	๓	ปานกลาง
ตัวบ่งชี้ ๓.๓ ผลที่เกิดกับนักศึกษา	ระดับ ๓		ระดับ ๓	๓	ปานกลาง
องค์ประกอบที่ ๔ อาจารย์					
ตัวบ่งชี้ ๔.๑ การบริหารและพัฒนา อาจารย์	ระดับ ๓			๓	ปานกลาง
ตัวบ่งชี้ ๔.๒ คุณภาพอาจารย์	ระดับ ๕			๕	ดีมาก
ตัวบ่งชี้ ๔.๒.๑ ร้อยละของอาจารย์ประจำหลักสูตรที่มีคุณวุฒิปริญญาเอก	ระดับ ๕			๕	ดีมาก

ตัวบ่งชี้คุณภาพ	เป้าหมาย	ผลการประเมินของคณะกรรมการ			ระดับคุณภาพ
		ตัวตั้ง ตัวหาร	ผลลัพธ์ (%) หรือ สัดส่วน)	คะแนน ประเมิน	
ตัวบ่งชี้ ๔.๒.๒ ร้อยละของอาจารย์ ประจำหลักสูตรที่ดำรงตำแหน่งทาง วิชาการ	ระดับ ๕			๕	ดีมาก
ตัวบ่งชี้ ๔.๒.๓ ผลงานวิชาการของ อาจารย์ประจำหลักสูตร	ระดับ ๕			๕	ดีมาก
ตัวบ่งชี้ ๔.๒.๔ จำนวนบทความของ อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาเอกที่ ได้รับการอ้างอิงในวารสารระดับชาติ หรือนานาชาติต่อจำนวนอาจารย์ ประจำหลักสูตร					ไม่ประเมิน เนื่องจาก มหาวิทยาลัยไม่ เปิดสอนในระดับ ปริญญาเอก
ตัวบ่งชี้ ๔.๓ ผลที่เกิดกับอาจารย์	ระดับ ๓			๓	ปานกลาง
องค์ประกอบที่ ๕ หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน					
ตัวบ่งชี้ ๕.๑ สารของรายวิชาใน หลักสูตร	ระดับ ๓			๓	ปานกลาง
ตัวบ่งชี้ ๕.๒ การวางระบบผู้สอนและ กระบวนการจัดการเรียนการสอน	ระดับ ๓			๓	ปานกลาง
ตัวบ่งชี้ ๕.๓ การประเมินผู้เรียน	ระดับ ๓			๓	ปานกลาง
ตัวบ่งชี้ ๕.๔ ผลการดำเนินงาน หลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิ ระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ	ระดับ ๕			๕	ดีมาก
องค์ประกอบที่ ๖ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้					
ตัวบ่งชี้ ๖.๑ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	ระดับ ๓			๓	ปานกลาง
เฉลี่ยรวมทุกตัวบ่งชี้				๓.๕๘	ปานกลาง

ตารางที่ ๒ การวิเคราะห์คุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร

องค์ประกอบที่	คะแนนผ่าน	จำนวนตัวบ่งชี้	I	P	O	คะแนนเฉลี่ย	ผลการประเมิน ๐.๐๑-๒.๐๐ ระดับคุณภาพน้อย ๒.๐๑-๓.๐๐ ระดับคุณภาพปานกลาง ๓.๐๑-๔.๐๐ ระดับคุณภาพดี ๔.๐๑-๕.๐๐ ระดับคุณภาพดีมาก
๑	ผ่านการประเมิน						หลักสูตรได้มาตรฐาน
๒	คะแนนเฉลี่ยของทุกตัวบ่งชี้ใน องค์ประกอบที่ ๒ -๖	๒	-	-	๒.๑ , ๒.๒	๔.๗๖	ระดับคุณภาพดีมาก
๓		๓	๓.๑ , ๓.๒ , ๓.๓	-	-	๓.๐๐	ระดับคุณภาพปานกลาง
๔		๓	๔.๑ , ๔.๒ , ๔.๓	-	-	๓.๖๗	ระดับคุณภาพดี
๕		๔	๕.๑	๕.๒ , ๕.๓ , ๕.๔	-	๓.๕๐	ระดับคุณภาพดี
๖		๑	-	๖.๑	-	๓.๐๐	ระดับคุณภาพปานกลาง
รวม		๑๓	๗	๔	๒		
ผลการประเมิน				๓.๒๙	๓.๕๐	๔.๗๖	๓.๕๘

จุดแข็ง จุดอ่อนและข้อเสนอแนะจากการสัมภาษณ์และผลการประเมินรายองค์ประกอบ

๑. ผลการสัมภาษณ์ประธานหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
๑. มีตำแหน่งทางวิชาการ ๒. ความเชี่ยวชาญทางการตลาด ๓. ไม่มีข้อร้องเรียน	๑. ส่งเสริมให้อาจารย์ศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

๒. ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนนักศึกษาปัจจุบัน

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
๑. อาจารย์สอนได้ง่าย และเข้าใจได้ง่าย ๒. อาจารย์สามารถติดต่อได้ง่าย ๓. เจ้าหน้าที่สาขา เป็นกันเองประสานงานระหว่างนักศึกษา กับ อาจารย์ได้ง่าย	๑. ระบบ Internet ไม่ค่อยมีความเสถียรในการให้บริการ ๒. อยากให้อาจารย์บอกล่วงหน้าถ้ามีการสอบ และบอกคะแนนทุกครั้งที่มีการสอบ
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

๓. ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้สำเร็จการศึกษา

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
๑. สามารถนำความรู้ทฤษฎีทางการตลาดไปใช้ทำงานจริงได้ดี ๒. อาจารย์ทุกท่านมีความรู้ และสามารถถ่ายทอดความรู้ได้ดี ๓. อาจารย์ทุกท่านให้คำแนะนำทางด้านการใช้ชีวิต และการทำงาน ทั้งที่ยังเรียนอยู่ – จบไปแล้ว ได้ตลอดเวลา ๔. สถานประกอบการให้การยอมรับหลักสูตรทำให้ศิษย์เก่าสามารถหางานทำได้ง่าย	๑. อยากให้เพิ่มทักษะด้านดิจิทัล เนื่องจากการตลาดต้องตามเทรนอยู่ตลอด ๒. อยากให้มีการเพิ่มทักษะภาษาอังกฤษ
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

๔. ผลการสัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการ/นายจ้าง

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
๑. บัณฑิตสามารถทำงานได้ดี และสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายอย่างดีเยี่ยม	๑. อยากให้นักศึกษาได้เรียนรู้ทางด้านการตลาดในเรื่องการส่งเสริมการขาย
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

ผลการประเมินในภาพรวมของแต่ละองค์ประกอบคุณภาพ

องค์ประกอบที่ ๑ การกำกับมาตรฐาน (หมวด ๑)

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
-	-
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

องค์ประกอบที่ ๒ บัณฑิต (หมวด ๓)

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
บัณฑิตมีคุณภาพ สามารถนำความรู้ไปทำงานได้ดี	-
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

องค์ประกอบที่ ๓ นักศึกษา (หมวด ๓)

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
-	๑.พิจารณาเปิดวิชาเลือกเกี่ยวข้องกับเครื่องมือทางการตลาดใหม่ ๆ
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

องค์ประกอบที่ ๔ อาจารย์ (หมวด ๒)

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
มีตำแหน่งทางวิชาการ	ควรมีการตีพิมพ์บทความวิจัย / วิชาการในฐานที่สูงขึ้น
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

องค์ประกอบที่ ๕ หลักสูตร การเรียนการสอน การประเมินผู้เรียน (หมวด ๔)

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
-	๑. ควรมีการส่งเสริมความรู้ทางด้าน Digital marketing และแนวโน้มทางการตลาดที่ทันสมัย
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

องค์ประกอบที่ ๖ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (หมวด ๕)

จุดแข็ง	แนวทางเสริม
-	ส่งเสริมการเรียนรู้ทางการตลาดของนักศึกษาผ่านระบบ online เช่น สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย เป็นต้น
จุดที่ควรพัฒนา	แนวทางแก้ไข
-	-

ภาคผนวก



กำหนดการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายใน ระดับหลักสูตร ประจำปีการศึกษา ๒๕๖๒
 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
 วันพฤหัสบดี ที่ ๒๓ กรกฎาคม ๒๕๖๓
 ณ ห้องประชุม ๖๓๒๑๓
 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

เวลา	ภารกิจ	หมายเหตุ
๐๘.๓๐ น. - ๐๙.๐๐ น.	- ลงทะเบียน	
๐๙.๐๐ น. - ๐๙.๑๕ น.	- คณะกรรมการประเมินฯ ประชุมปรึกษาหารือร่วมกัน - ประธานคณะกรรมการประเมินฯ ชี้แจงวัตถุประสงค์ในการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษาภายในระดับหลักสูตร และแนะนำสมาชิก - ประธานหลักสูตรบรรยายสรุปผลการดำเนินงานของหลักสูตร - สัมภาษณ์เชิงนโยบาย ภายในหลักสูตร	
๑๐.๐๐ น. - ๑๒.๐๐ น.	- ตรวจสอบเอกสารหลักฐานเพิ่มเติมจากระบบฐานข้อมูลด้านประกันคุณภาพ ตามองค์ประกอบ ๑ - ๔	
๑๒.๐๐ น. - ๑๓.๐๐ น.	- พักเที่ยง -	
๑๓.๐๐ น. - ๑๕.๐๐ น.	- ตรวจสอบเอกสารหลักฐานเพิ่มเติมจากระบบฐานข้อมูลด้านประกันคุณภาพ ตามองค์ประกอบ ๕ - ๖	
๑๕.๐๐ น. - ๑๖.๐๐ น.	- สัมภาษณ์ประธานหลักสูตรและอาจารย์ประจำหลักสูตร - สัมภาษณ์ตัวแทนนักศึกษาปัจจุบันผ่านทางโทรศัพท์ - สัมภาษณ์ตัวแทนผู้สำเร็จการศึกษาผ่านทางโทรศัพท์ - สัมภาษณ์ตัวแทนผู้ประกอบการ/นายจ้างผ่านทางโทรศัพท์ - ประชุมสรุปผลการดำเนินงาน	
๑๖.๐๐ น. - ๑๖.๓๐ น.	- สรุปผลการตรวจประเมินฯ ระดับหลักสูตรด้วยวาจา	

หมายเหตุ : พักรับประทานอาหารว่างและเครื่องดื่ม เวลา ๑๐.๓๐ - ๑๐.๔๕ น. และ ๑๔.๓๐ - ๑๔.๔๕ น.